

# PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)

CINDY PHASALITA WIDAYATMA

[widayatma.cindy@gmail.com](mailto:widayatma.cindy@gmail.com)

SRI PUJI LESTARI

[splestari25@gmail.com](mailto:splestari25@gmail.com)

## Abstract

*The purpose of this research to determine the effect of product quality on consumer satisfaction, the effect of customer satisfaction on consumer loyalty and the effect of product quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable. The population in this research were all consumers who bought products from Rifa Culinary in Kendal from November 2017 to January 2018. The sample used was 90 people using non random sampling. The sampling technique uses quota sampling, purposive sampling and accidental sampling. Data analysis techniques using multiple regression analysis with intervening ( Path analysis ). The results of the research show that there is an influence of product quality on customer satisfaction, there is an influence of consumer satisfaction on consumer loyalty and there is an influence of product quality on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable.*

**Key words :** Product Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty

## 1. PENDAHULUAN

Fenomena persaingan bisnis produk yang semakin ketat pada masa kini dapat dilihat dari banyaknya orang berkompetisi dalam mengolah ide kreatifnya untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2005). Dengan kata lain kualitas produk diukur sejauh mana produk tersebut bisa memuaskan pelanggannya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi pelanggan yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu indikator keberhasilan dari suatu usaha. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama (Umar, 2005). Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen

setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi (Menurut Daryanto & Setyobudi (2014).

Setelah menjadi wirausaha yang mampu memiliki kualitas produk yang baik dan dapat mewujudkan kepuasan konsumen, maka langkah selanjutnya adalah mendapatkan loyalitas konsumen. Loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya. Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain.

Belum lama ini Pemerintah mencanangkan sebuah gerakan baru yaitu Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARI) yang merupakan gerakan moral yang memotivasi masyarakat untuk mengkonsumsi ikan secara teratur dalam jumlah yang disyaratkan bagi kesehatan agar terbentuk manusia Indonesia yang sehat, kuat dan cerdas. Adapun tujuan dari GEMARI adalah membangun kesadaran gizi individu dan kolektif masyarakat agar gemar mengkonsumsi ikan, meningkatkan *demand* atau permintaan atas produk perikanan sehingga diharapkan berimplikasi pada peningkatan konsumsi ikan nasional, dan meningkatkan asupan gizi yang berasal dari ikan.

Kabupaten Kendal merupakan daerah yang berpotensi tinggi dalam hasil Perikanannya terutama Ikan Bandeng. Banyak orang mengira bahwa kabupaten Semarang saja lah yang berpotensi dengan hasil perikanan tersebut, padahal Kendal juga merupakan daerah yang memiliki potensi yang demikian besar. Menurut data produksi dan nilai produksi budidaya ikan Bandeng kabupaten Kendal tahun 2016 tercatat ada 11.481.600 kg, sungguh angka yang sangat tidak terkira jumlahnya. Hal ini menunjukkan bahwa Kendal berpotensi sebagai daerah yang kaya akan hasil perikanan ikan Bandeng nya dan cocok untuk mendukung pembangunan dalam hal mendukung Pemerintah melalui kampanye Gemari-nya, juga wirausaha dari bahan ikan terutama ikan Bandeng. Pengembangan kawasan industri Kabupaten Kendal terdiri atas industri besar, industri sedang dan industri kecil atau mikro. Kawasan industri besar dan industri sedang berada di Kecamatan Kaliwungu. Pengembangan kawasan industri besar dan industri sedang memiliki luas total kurang lebih 1.200

(seribu dua ratus) hektar. Sedangkan kawasan industri kecil atau mikro berada di seluruh kecamatan. Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Kendal sendiri mendukung tumbuhnya UKM baru yang bergerak dalam sektor produksi hasil olahan ikan khususnya ikan Bandeng.

Semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan adanya produk ikan bandeng dalam kemasan yang praktis dan ekonomis sehingga meningkat pula persaingan bisnis UKM makanan olahan dari ikan Bandeng khususnya di Kabupaten Kendal.

RIFA Kuliner merupakan sebuah UKM binaan Pemerintah Kabupaten Kendal yang mengolah berbagai produk berbahan dasar ikan bandeng menjadi makanan olahan dalam kemasan. Produk yang dihasilkan seperti Bandeng Presto, Empek-empek, Nugget, Rolade, Lumpia, Katsu, Galantin, Abon, Kripik Kulit, dan Stik Duri Bandeng.

Berbagai cara dan upaya dilakukan pemilik Rifa Kuliner untuk menanggulangi masalah kualitas produknya, demi menjaga kualitas barang tetap baik hingga ke tangan konsumen dan memuaskan mereka. Jarak pemesanan yang sejauh ini masih belum bisa tercapai oleh kemampuan atau daya tahan produk membuat terbatasnya kemampuan usaha untuk memuaskan konsumen. Dapat dilihat dari adanya kendala yang pernah terjadi, produk yang dikirim ke luar kota ternyata tidak bisa bertahan lama dan rusak. Hal ini tentu saja akan berdampak negatif pada pembelian selanjutnya. Sedangkan diluar persaingan bisnis semakin ketat, apabila tidak bisa memenuhi permintaan pasar dengan baik dan cepat, maka konsumen akan pindah ke lain tempat. Sehingga akan muncul komitmen dari konsumen untuk melakukan pembelian berulang, dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut

sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain hal tersebut sudah bias dikatakan terciptanya loyalitas konsumen Rifa Kuliner.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Maftukhin (2012) tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Novita Dian Utami (2015) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas produk, pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening, menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk dengan loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Caesar Andreas (2016) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Inka, Suharyono, dan Andriani (2014) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan, menyatakan bahwa kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Muhammad Ziadi (2013) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening,

menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak berperan sebagai variabel *intervening* (mediasi) antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)”**

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya (Lupiyoadi, 2009). Kualitas Produk memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek-aspek berikut (Lupiyoadi, 2001): 1. Kinerja (*Performance*), 2. Keragaman Produk (*Features*), 3. Keandalan (*Reliability*), 4. Kesesuaian (*Conformance*), 5. Daya Tahan/Ketahanan (*Durability*), 6. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), 7. Estetika (*Aesthetics*), 8. Kualitas Yang Dipersepsikan (*Perceive Quality*)

### 2.2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap harapan mereka (Kotler-Keller, 2009). Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen ( Amir, 2012 ) terdiri 1. Pelayanan, 2. Kualitas Produk, 3. Harga, 4. Promosi. Menurut Arnould (2002) terdapat beberapa hal yang menjadi dasar penilaian konsumen terhadap kepuasan yaitu: 1. Harapan (*expectations*) , 2. Keinginan (*desires*) dan 3. Keadilan (*fairness*).

Kepuasan konsumen memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan

tingkat kepuasan konsumen yang semakin tinggi akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar. Dalam jangka panjang akan lebih menguntungkan mempertahankan konsumen yang baik daripada terus menerus menarik dan membina konsumen baru untuk menggantikan konsumen yang pergi. Konsumen yang merasa puas akan menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut dan merupakan ajang promosi cuma-cuma bagi perusahaan (Lovelock dan Wright, 2007).

### 2.3. Loyalitas Konsumen

Menurut Tjiptono (2011), Loyalitas konsumen adalah pembelian ulang suatu merek secara konsisten oleh konsumen. Loyalitas konsumen bisa muncul karena adanya kepuasan konsumen sebagai akibat dari layanan yang berkualitas yang memenuhi harapan pelanggan sehingga tidak beralih ke produk lain. Mempertahankan konsumen sendiri merupakan bagian penting dalam menciptakan loyalitas konsumen bukanlah merupakan hal yang mudah, karena perusahaan harus melihat semua dimensi bisnis dan menentukan bagaimana sebaiknya menciptakan nilai bagi konsumennya. Dengan menciptakan nilai bagi konsumennya akan membangun loyalitas konsumen dan mempertahankannya.

Jill Griffin (2002) mengatakan bahwa konsumen yang loyal adalah orang yang 1. Melakukan pembelian berulang, 2. Membeli antar lini produk dan jasa, 3. Mereferensikan kepada orang lain. Adapun faktor - Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen menurut Vanessa Gaffar ( 2007) terdiri dari 5 faktor, yaitu: 1. Kepuasan ( *Satisfaction* ), 2. Ikatan emosi ( *Emotional bonding* ), 3. Kepercayaan ( *Trust* ), 4. Kemudahan ( *Choice reduction and habit* ), 5. Pengalaman

dengan perusahaan ( *History with company* ).

### 2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis Dan Rumusan Hipotesis

Loyalitas konsumen adalah pembelian ulang suatu merek secara konsisten oleh konsumen. Konsumen yang setia tidak hanya membeli ulang, tetapi juga mempunyai nilai positif terhadap penyedia barang/jasa. Konsumen merupakan aset yang tidak bisa ternilai bagi sebuah perusahaan. Pelanggan yang setia akan melakukan pembelian berulang, mempunyai sikap baik terhadap penyedia barang/jasa dengan merekomendasikan teman atau kenalannya untuk melakukan pembelian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas, antara lain kepuasan konsumen dan kualitas produk. Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Konsumen yang membeli produk berdasarkan mutu, umumnya dia mempunyai loyalitas produk yang besar dibandingkan dengan konsumen yang membeli berdasarkan orientasi harga. Konsumen berbasis mutu akan selalu membeli produk tersebut sampai saat produk tersebut membuat dia merasa tidak puas karena adanya produk lain yang lebih bermutu. Tetapi selama produk semula masih selalu melakukan perbaikan mutu (*quality improvement*) dia akan tetap setia dengan tetap membelinya dan menjadi konsumen yang loyal.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen baik senang ataupun sedih yang timbul setelah konsumen membandingkan kualitas dari produk atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap setia pada penyedia produk. Kepuasan konsumen

sebagai variabel intervening diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan konsumen yang semakin tinggi akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar. Konsumen yang merasa puas akan menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut dan merupakan ajang promosi cuma-cuma bagi perusahaan atau konsumen yang demikian merupakan konsumen yang loyal.

Atas dasar uraian tersebut, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti pada gambar 1 sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Rifa Kuliner Kendal.

H2 : Diduga ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Rifa Kuliner Kendal.

H3 : Diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Rifa Kuliner di Kendal melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk dari Rifa Kuliner Kendal di Kendal sejak November 2017-Januari 2018.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel

(Ferdinand, 2006). Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah teknik non acak (non random). Teknik *Non-Random Sampling* adalah cara pengambilan sampel secara tidak acak di mana masing-masing anggota tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi anggota sampel (Umar, 2013). Dalam hal ini teknik sampling yang digunakan adalah : 1. *Quota Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan jumlah yang ditentukan atau ditetapkan (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 90 konsumen. Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan ukuran minimal sampel yang ditentukan dengan cara jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5) sampai sepuluh (10). Jadi dalam penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 9 pertanyaan dikali (10) = 90 sampel, 2. *Purposive sample* atau sampel bertujuan yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pada pertimbangan (Arikunto, 2010). Pertimbangan tersebut antara lain : a. Pelanggan yang berusia 17 tahun keatas, b. Membeli produk Rifa Kuliner untuk dikonsumsi pribadi dan c. Melakukan pembelian minimal 2x seminggu di Rifa Kuliner Kendal dan 3. *Accidental Sample* atau sampel kebetulan yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010). Sehingga dalam teknik sampling disini peneliti mengambil responden pada saat itu juga di Rifa Kuliner Kendal.

#### 3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

##### 1) Variabel Independen (X) :

Kualitas produk / *quality product* adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

Indikatornya terdiri dari:

- a) Produk yang ditawarkan dapat memenuhi fungsi produknya
- b) Bahan baku tambahan benar-benar bermutu
- c) Daya tahan produk tidak mudah rusak apabila disimpan dalam lemari es atau freezer.

## 2) Variabel Intervening :

Kepuasan konsumen / *customer satisfaction* : tingkat perasaan konsumen baik senang ataupun sedih yang timbul setelah konsumen membandingkan kualitas dari produk atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya.

Indikatornya terdiri dari:

- a) Kepuasan terhadap produk
- b) Kepuasan terhadap produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan
- c) Kepuasan terhadap harga yang harus dibayarkan sebanding dengan produk yang diterima.

## 3) Variabel Dependen ( Y) :

Loyalitas Konsumen/*Customer Loyalty*, yaitu loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk.

Indikatornya terdiri dari:

- a) Melakukan pembelian berulang
- b) Selalu membeli produk
- c) Mereferensikan kepada orang lain.

Persepsi para responden dapat dinilai berdasarkan rentang skala berikut ini :

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Standar untuk kategori lima kelas tersebut adalah (Durianto dkk, 2001)

1,00	-	1,80	= Sangat Jelek
1,81	-	2,60	= Jelek
2,61	-	3,40	= Cukup
3,41	-	4,20	= Baik/Tinggi
4,21	-	5,00	= Sangat Baik/Tinggi

## 3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

Data primer dalam penelitian ini berupa tanggapan konsumen tentang kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen, konsumen Rifa Kuliner. Data sekunder dengan dokumentasi atau studi pustaka. Studi pustaka adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, jurnal, buku, brosur, dan artikel yang didapat dari *website* atau diperoleh dari catatan pihak lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Dari pihak yang berkaitan dengan usaha ini, seperti data dari Dinas UMKM kabupaten Kendal dan Dinas Perikanan Kabupaten Kendal selama tahun 2017.

## 3.4. Pengujian Instrumen Penelitian

### 1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat keabsahan suatu alat ukur (Arikunto, 1998). Suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya alat ukur yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Perhitungan dengan menggunakan SPSS Versi 22 menunjukkan bahwa semua indikator dari variabel penelitian, yaitu Kualitas Produk, Kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen adalah valid, karena P value nya kurang dari  $\alpha$  ( 0.05 ).

### 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk Ghazali (2009). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah

pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Versi 22 diperoleh hasil bahwa semua variable adalah reliable, hal ini dapat dilihat pada besarnya nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,07.

### 3.5. Deskripsi Hasil Penelitian dan Analisis Hasil Penelitian

#### 1) Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan sampel yang digunakan. Analisis deskriptif dalam penelitian ini berupa tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, perhitungan rata-rata dan prosentase.

#### 2) Analisis Hasil Penelitian

Analisis jalur adalah teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi juga tidak langsung (Pardede dan Manurung, 2014). Variabel intervening merupakan variabel antara atau mediating. Fungsinya memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk dapat menguji variabel intervening digunakan metode analisis jalur (Path Analysis). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk ditetapkannya sebelum berdasarkan teori (Ghozal, 2009). Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kuualitas antar variabel. Hubungan kuualitas antar variabel telah

dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis (Ghozali, 2009).

Adapun persamaan sub structural I dalam analisis jalur menurut Ghozali (2009) :

$$Y_1 = b_1X_1 + \varepsilon_1$$

Keterangan :

$Y_1$  = Kepuasan Konsumen

b = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas Produk

$\varepsilon_1$  = Residual

Persamaan Sub Struktur II (Ghozali, 2009) :

$$Y_2 = b_1X_1 + b_2Y_1 + \varepsilon_2$$

Keterangan :

$Y_2$  = Loyalitas Konsumen

b = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas Produk

$Y_1$  = Kepuasan Konsumen

$\varepsilon_2$  = Residual

Dalam penelitian ini perhitungan dengan menggunakan SPSS Versi 22.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil Penelitian

#### 1) Deskripsi Hasil Penelitian

##### a. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen Rifa Kuliner Kendal, yang berjumlah 90 orang. Identitas responden meliputi: Jenis kelamin, umur responden, pendidikan dan pekerjaan. Responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari wanita sebanyak 47 orang dan pria sebanyak 43 orang. Responden berdasarkan umur menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Rifa Kuliner berumur  $\geq 40$  tahun, yaitu sebanyak 63 orang. Sedangkan sebagian kecil konsumen berasal dari kelompok umur 20 – 29 tahun, yaitu sebanyak 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden termasuk kategori golongan usia produktif. Responden berdasarkan pendidikan menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen berpendidikan S1 yaitu sebanyak 43

orang, sedangkan sebagian kecil berpendidikan D3 yaitu sebanyak 3 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang membeli produk Rifa Kuliner berpendidikan S1 karena disesuaikan dengan gaya hidup sehatnya yang lebih memperhatikan asupan makanan bergizi untuk konsumsi hariannya, sehingga membeli produk dari bahan ikan Bandeng sebagai makanan favoritnya. Responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa sebagian besar berprofesi sebagai PNS, yaitu sebanyak 44 orang. Sedangkan yang berprofesi sebagai POLRI yaitu sebanyak 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai PNS lebih banyak membeli dan mengonsumsi produk ikan bandeng untuk dikonsumsi.

#### **b. Tanggapan Responden**

Hasil tanggapan responden disetiap kuesioner pada masing-masing variable penelitian akan dianalisis yaitu akan dicari nilai rata-rata jawaban responden sehingga dapat dilihat persepsi para responden secara keseluruhan terhadap variabel kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen.

##### **1. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk**

Hasil tanggapan responden terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengukur variable kualitas produk dan hasil nilai rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kualitas produk adalah baik, dengan didapat nilai rata-rata sebesar 3,41. Hasil pernyataan responden menunjukkan bahwa penilaian responden tertinggi diberikan mengenai daya tahan produk Rifa Kuliner tidak mudah rusak apabila disimpan dalam lemari es atau *freezer* ( berkenaan dengan daya tahan produk), yang mendapat penilaian tertinggi sebesar 3,46 dan termasuk tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa para

konsumen melakukan penilaian terhadap produk dengan kualitas baik adalah produk yang dapat berdaya tahan lama apabila disimpan dengan menggunakan metode penyimpanan suhu dingin (produk bertahan tanpa menggunakan bahan kimia). Selain itu produk tambahan yang digunakan juga termasuk produk yang bermutu dengan nilai sebesar 3,40. Sedangkan penilaian terendah diberikan terhadap produk yang ditawarkan Rifa Kuliner dapat memenuhi fungsi produknya juga mendapatkan penilaian cukup dari responden dengan nilai sebesar 3,37. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi produk juga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen memutuskan pembelian.

##### **2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen**

Hasil tanggapan responden terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengukur variable kepuasan konsumen dan hasil nilai rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kepuasan konsumen adalah cukup, dengan didapat nilai rata-rata sebesar 3,36. Hasil pernyataan responden menunjukkan bahwa kepuasan lebih dirasakan dalam hal produk Rifa Kuliner yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan, yang mendapat penilaian tertinggi sebesar 3,43 dan termasuk tinggi. Hal ini didasari karena produk Rifa Kuliner yang mengandung gizi sesuai dengan keinginan konsumen, dan produk yang dijual juga merupakan produk yang dibutuhkan konsumen. Sementara penilaian cukup diberikan terhadap produk Rifa Kuliner secara keseluruhan, dengan nilai sebesar 3,36. Sedangkan penilaian terendah diberikan terhadap uang yang dikeluarkan untuk membeli produk Rifa Kuliner sebanding dengan produk yang akan diterima, dengan nilai sebesar 3,30 dan termasuk cukup. Hal ini dapat diartikan bahwa



konsumen menganggap biaya yang mereka keluarkan untuk berbelanja kebutuhan sudah sesuai dengan produk yang mereka dapatkan, tetapi masih ada yang mengharapkan produk Rifa Kuliner benar-benar memenuhi fungsinya.

### 3. Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen

Hasil tanggapan responden terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengukur variable loyalitas konsumen dan hasil nilai rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa loyalitas konsumen adalah baik, dengan didapat nilai rata-rata sebesar 3,41. Hasil pernyataan responden menunjukkan bahwa penilaian tertinggi diberikan mengenai selalu mereferensikan produk Rifa Kuliner kepada orang lain, yang mendapatkan penilaian tertinggi sebesar 3,44 dan termasuk baik. Hal ini menunjukkan bahwa para konsumen sudah merasa cocok dengan produk Rifa Kuliner dari pada produk dari usaha lain dan konsumen ingin membagi pengalamannya dalam mengkonsumsi produk Rifa Kuliner. Responden menyatakan melakukan pembelian berulang di Rifa Kuliner Kendal, dengan nilai sebesar 3,42. Sedangkan penilaian terendah diberikan mengenai membeli antar lini produk Rifa Kuliner, dengan nilai sebesar 3,38 dan termasuk cukup. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mungkin tidak membeli produk antar lini yang dijual oleh Rifa Kuliner.

#### 2) Analisis Hasil Penelitian

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda dengan Intervening (Analisis Jalur / *Path Analysis* ).

##### a) Analisis Regresi berganda dengan Intervening (Analisis Jalur)

Teknik analisis regresi berganda digunakan sebagai dasar analisis jalur yaitu melihat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan

kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Perhitungan dengan menggunakan SPSS (*Statistic Product and Service Solutions*) versi 22.

Hasil regresi antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 1

Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linear antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut :

$$Y_1 = 2,651 + 0,769 \text{ Kualitas Produk} + e$$

Persamaan regresi tersebut mengandung pengertian bahwa dengan nilai Kualitas Produk positif sebesar 0,769, maka adanya peningkatan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil regresi antara kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di tabel 2. Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linear antara kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut :

$$Y_2 = 5,260 + 0,113 \text{ Kualitas Produk} + 0,366 \text{ kepuasan} + e$$

Persamaan regresi tersebut berarti sebagai berikut :

Kualitas produk = 0,113. Nilai positif yang dapat menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas produk, maka akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen = 0,366. Nilai positif yang dapat menunjukkan bahwa semakin meningkat kepuasan konsumen, maka akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen.

##### b) Uji Analisis Jalur

Uji analisis jalur digunakan untuk membuktikan apakah variabel kepuasan menjadi variabel intervening antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Analisis dilakukan berdasarkan dari nilai *standardized*

*coefficients* dan dapat dibuat analisis jalur pada Gambar 2.

Berdasarkan gambar analisis jalur di atas maka dapat dibuat perhitungan sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,113.
- b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,769 dan pengaruh kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas konsumen sebesar 0,366. Dengan demikian pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen adalah sebesar  $0,769 \times 0,366 = 0,281$ .

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen lebih besar dibanding pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, sehingga kepuasan menjadi variabel intervening antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

#### 4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Rifa Kuliner dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, maka pembahasannya adalah sebagai berikut :

##### 1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rifa Kuliner di Kendal, dengan didapat hasil uji-t sebesar 11,296 dan sig.  $0,000 < \alpha = 0,37$ . Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan

fungsinnya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa daya tahan produk Rifa Kuliner tidak mudah rusak apabila disimpan dalam lemari es atau *freezer* (berkenaan dengan daya tahan produk), yang mendapat pernyataan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa para konsumen melakukan penilaian terhadap produk dengan kualitas baik adalah produk yang dapat berdaya tahan lama apabila disimpan dengan menggunakan metode penyimpanan suhu dingin (produk bertahan tanpa menggunakan bahan kimia). Konsumen juga memberikan pernyataan yang cukup terhadap produk tambahan yang digunakan juga termasuk produk yang bermutu maka hal ini akan membuat konsumen akan lebih puas membeli produk Rifa Kuliner. Selain itu konsumen memberikan pernyataan yang cukup pula untuk produk yang ditawarkan Rifa Kuliner dapat memenuhi fungsi produknya. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi produk juga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen memutuskan pembelian. Hal ini yang membuat konsumen akan semakin puas membeli produk Rifa Kuliner Kendal. Hasil penelitian yang didapat mendukung penelitian Inka, Suharyono, dan Andriani(2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

##### 2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Rifa Kuliner, dengan didapat uji – t sebesar 0,755 dan sig.  $0,000 < \alpha = 0,37$ . Kualitas produk adalah suatu bentuk nilai kepuasan yang kompleks. Nilai yang diberikan

berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi apa yang diinginkan konsumen. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan konsumen, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan konsumen tersebut (Payne, 2009).

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa daya tahan produk Rifa Kuliner tidak mudah rusak apabila disimpan dalam lemari es atau *freezer* (berkenaan dengan daya tahan produk), yang mendapat pernyataan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa para konsumen melakukan penilaian terhadap produk dengan kualitas baik adalah produk yang dapat berdaya tahan lama apabila disimpan dengan menggunakan metode penyimpanan suhu dingin (produk bertahan tanpa menggunakan bahan kimia). Konsumen juga memberikan pernyataan yang cukup terhadap produk tambahan yang digunakan juga termasuk produk yang bermutu maka hal ini akan membuat konsumen akan lebih loyal untuk membeli produk Rifa Kuliner. Selain itu konsumen memberikan pernyataan yang cukup pula untuk produk yang ditawarkan Rifa Kuliner yang dapat memenuhi fungsi produknya. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi produk juga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen memutuskan pembelian. Hal ini yang membuat konsumen akan semakin loyal untuk membeli produk Rifa Kuliner Kendal. Hasil penelitian yang didapat mendukung penelitian Novita Dian Utami (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

### 3) Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Rifa Kuliner, dengan didapat uji – t sebesar 2,452 dan sig. 0,000 <  $\alpha$  = 0,37. Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap harapan mereka (Kotler-Keller, 2009). Selain itu, kepuasan konsumen adalah keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi menurut produk yang dikonsumsi. Kepuasan konsumen memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan konsumen yang semakin tinggi akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar (Laksana, 2008)

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap produk Rifa Kuliner adalah cukup. Hasil pernyataan konsumen menunjukkan bahwa kepuasan lebih dirasakan dalam hal produk Rifa Kuliner yang dapat memenuhi keinginan. Hal ini didasari karena produk Rifa Kuliner yang mengandung gizi sesuai dengan keinginan konsumen, dan produk yang dijual juga merupakan produk yang dibutuhkan konsumen. Sementara pernyataan cukup diberikan terhadap produk Rifa Kuliner secara keseluruhan. Pernyataan cukup diberikan terhadap uang yang dikeluarkan untuk membeli produk Rifa Kuliner sebanding dengan produk yang akan diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen menganggap biaya yang mereka keluarkan untuk berbelanja kebutuhan sudah sesuai dengan produk yang mereka dapatkan, tetapi masih ada yang mengharapkan produk Rifa Kuliner benar-benar

memenuhi fungsinya. Hasil penelitian yang didapat mendukung penelitian Inka, Suharyono, dan Andriani (2014) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

#### **4) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Intervening**

Hasil uji intervening menunjukkan bahwa kepuasan menjadi variabel yang memediasi antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Rifa Kuliner. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan kepuasan yang meningkat maka akan berpengaruh pada peningkatan loyalitas konsumen.

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa daya tahan produk Rifa Kuliner tidak mudah rusak apabila disimpan dalam lemari es atau *freezer* (berkenaan dengan daya tahan produk). Hal ini menunjukkan bahwa para konsumen melakukan penilaian terhadap produk dengan kualitas baik adalah produk yang dapat berdaya tahan lama apabila disimpan dengan menggunakan metode penyimpanan suhu dingin (produk bertahan tanpa menggunakan bahan kimia). Hal ini menunjukkan bahwa daya tahan produk merupakan faktor penting dari kualitas produk yang mempengaruhi konsumen memutuskan pembelian. Hal ini perlu diantisipasi oleh Rifa Kuliner dengan terus memberikan produk yang berkualitas yang dapat memenuhi fungsi produknya karena merupakan faktor yang akan membuat konsumen puas terhadap produk Rifa Kuliner. Dengan kepuasan yang dirasakan didalam konsumsi Rifa Kuliner ini maka konsumen akan lebih loyal untuk selalu membeli produk Rifa Kuliner dibandingkan berlangganan dengan

produsen lain. Hasil penelitian yang didapat mendukung penelitian Novita Dian Utami (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

### **5. Simpulan**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

- 1) Kualitas Produk terbukti berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, artinya adanya peningkatan kualitas produk, yaitu apabila daya tahan produk Rifa Kuliner tidak mudah rusak bila disimpan dalam lemari es atau *freezer*, maka akan berpengaruh pada peningkatan kepuasan konsumen Rifa Kuliner Kendal.
- 2) Kepuasan Konsumen terbukti berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Rifa Kuliner, artinya adanya peningkatan kepuasan konsumen, maka akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi produk Rifa Kuliner Kendal.
- 3) Kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Rifa Kuliner di Kendal melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, artinya Kualitas produk Rifa Kuliner Kendal akan mempengaruhi loyalitas apabila terlebih dahulu ada kepuasan konsumen.

### **6. Rekomendasi**

Rifa Kuliner Kendal agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen sebaiknya perlu mengevaluasi setiap produknya dengan selalu menjaga kualitas bahan sehingga mereka akan terpuaskan.

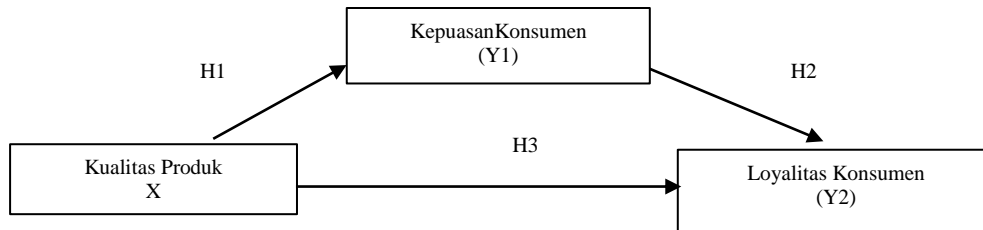
### **REFERENSI**

Ahyari, Agus. 1985. *Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta : BPFE.

- Ferdinand, Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : BPFE.
- Hartono. 2010. *SPSS 16.0*. Jakarta: Pustaka Pelajar
- Hasanah, Nurjannatul. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Depot Maju Jaya Tarakan*. Tarakan: Jurnal Ekonomi Universitas Borneo.
- Hutomo, Agyl Satrio. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi*. Bekasi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- J. Paul Peter, dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip, dan Gari Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Erlangga.
- Lamarto, Yohanes. 1984. *Konsultan Manajemen*. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher H, dan Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedua. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Maftukhin, Muhammad. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Mamang, Etta, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta : Indeks.
- Philip, Kotler, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa : Benjamin Molan. Edisi Ketigabelas. Jilid I. Cetakan Keempat. Jakarta : PT. Indeks.
- Prasetijo, Ristianti, dan John Ihatau. 2005. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*. Hal 2-3. Jakarta : Bumi Aksara.
- Purwanto, Agus Budi. 2014 . *Model Pengembangan Kualitas Produk Dalam Rangka Meraih Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Ukm Bandeng Presto di Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis. Vol. 9 No. 1 Juni 2014 : 96 – 108
- Rizana, Anggitan. \_\_\_\_\_. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Minat beli Ulang Sebagai Variabel Intervening*.
- Ubaidillah, Ahmad, dan Nuraeni. \_\_\_\_\_. *Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Toko Emas Ari Jaya*, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik. Hal 16-30.

## Lampiran

Gambar 1  
Kerangka Pemikiran Teoritis



Tabel 1  
Hasil Regresi  
Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.651	.676		3.920	.000
	X	.723	.064	.769	11.296	.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data primer yang diolah , 2017

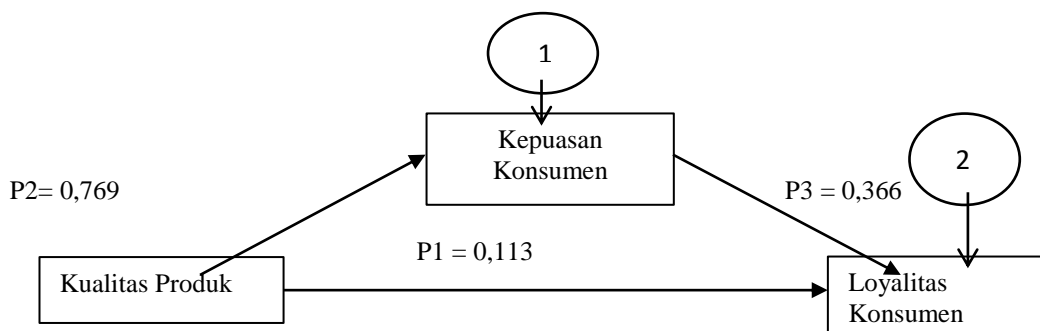
Tabel 2  
Hasil Regresi  
Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.260	1.050		5.010	.000
	X	.108	.143	.113	.755	.452
	Y1	.374	.153	.366	2.452	.016

a. Dependent Variable: Y2

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Gambar 2  
Analisis Jalur Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen  
Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017